

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN PADA RESTO
KEMUNING DI KEMUNING KECAMATAN NGARGOYOSO
KABUPATEN KARANGANYAR**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh :

MUHAMMAD IQBAL FATHONI
B100120026

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2016**

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

**“ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN PADA RESTO
KEMUNING DI KEMUNING KECAMATAN
NGARGOYOSO KABUPATEN KARANGANYAR”**

Yang ditulis oleh :

MUHAMMAD IQBAL FATHONI

B100120026

Penanadatangan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat
untuk diterima

Surakarta, September 2016

Pembimbing



(Kussudiyarsana S.E., M.Si.)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. Triyono, SE, M.Si)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta - 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :


Nama **MUHAMMAD IQBAL FATHONI**
NIRM : **B 100 120 026**
Jurusan : **MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN**
: **PADA RESTO KEMUNING DI**
: **KEMUNING KECAMATAN**
: **NGARGOYOSO KABUPATEN**

KARANGANYAR

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, **September 2016**

Yang membuat pernyataan,


MUHAMMAD IQBAL FATHONI

MOTTO dan PERSEMBAHAN

Barang siapa yang bersyukur kepada-Ku akan kutambahkan nikmat-Ku kepadanya.

(Q.S. Ibrahim ayat 7)

Tidak ada bukit yang tak dapat didaki, tak ada lurah yang tak dapat dituruni
(tak ada pekerjaan yang sukar, asal dikerjakan dengan sungguh)

(Pribahasa)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan kepada :

Bapak ibu yang dengan tulus selalu berdoa dan mendorong untuk
keberhasilanku

Kakaku tercinta

Rekan-rekan seperjuangan

Almamater Universitas muhammadiyah surakarta

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *kualitas pelayanan, kualitas produk, emosional, harga, dan fasilitas* terhadap *kepuasan konsumen* pada Resto Kemuning . Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian ini dilakukan terhadap konsumen Resto kemuning di Kemuning Kecamatan Ngargoyoso, Kabupaten Karanganyar. Sempel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden dengan menggunakan pendekatan *probability sampling* dengan metode *random sampling*. Jenis data dalam penelitian ini menggunakan data primer yang didapat dari hasil jawaban responden melalui kuesioner yang dibagikan kepada konsumen Resto Kemuning.

Pengujian instrumen dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reabilitas yang bertujuan untuk mengetahui layak atau tidaknya suatu pertanyaan dalam kuesioner. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis linier berganda yang diperkuat dengan uji asumsi klasik dan uji ketetapan model. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *kualitas pelayanan, kualitas produk, emosional, harga, dan fasilitas* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel *Kepuasan Konsumen*. Dengan adanya penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa *kualitas pelayanan, kualitas produk, emosional, harga, dan fasilitas* dibutuhkan untuk menciptakan *kepuasan konsumen* dalam pembelian di Resto Kemuning Kecamatan Ngargoyoso Kabupaten Karanganyar.

Kata Kunci *kualitas pelayanan, kualitas produk, emosional, harga, dan fasilitas* .

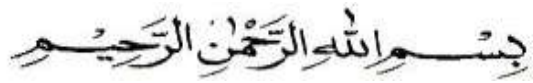
ABSTRACT

The aim of This study is to examine the effect of service quality, product quality, emotion, price, and facilities to consumer satisfaction in Resto Kemuning. This research is quantitative. This research was conducted on costumers Resto Ngargoyoso kemuning in Kemuning subdistrict, Karanganyar. This studi use customer as sample in this research. This study applced probability sampling to as sampling method, data were collected through questionnaire.

Testing instrument in this study using validity and reliability test which aims to determine the feasibility of a question in the questionnaire. Analysis of the data in this study using multiple linear analysis is reinforced by the classical assumption test and permanence test models. The results of this study indicate that the variable quality of service, product quality, emotional, price, and facilities have positive influence and significant to the variable Customer Satisfaction. Given this research it can be concluded that the quality of service, product quality, emotional, price, and amenities needed to create customer satisfaction in the purchase in Resto Kemuning Ngargoyoso District of Karanganyar

Keywords: *kualitas pelayanan, kualitas produk, emosional, harga, dan fasilitas*

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh

Alhamdulillahirabbil'alamin, syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat karunia-Nya serta memberikan kekuatan, ketabahan, kesabaran, kelancaran, kemudahan, dan kedamaian berfikir dalam menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN PADA RESTO KEMUNING DI KEMUNING KECAMATAN NGARGOYOSO KABUPATEN KARANGANYAR”** dengan lancar.

Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk melengkapi dan memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Selama penyusunan skripsi ini telah banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, untuk itu tidak lupa penuli ucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Bambang Setiaji, MS, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. Triyono, M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

3. Bapak Dr. Anton Agus Setyawan, S.E., M.Si. Selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Kussudiyarsana S.E., M.Si. Selaku pembimbing skripsi yang dengan sabar dan tulus dalam memberikan bimbingan dan saran selama penulis menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
5. Ibu Chuzaimah, MM. Selaku pembimbing akademik yang senantiasa memberikan binaan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa studi.
7. Bapak dan ibu yang telah banyak memberikan bantuan baik materiil dan moril sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan dan penulisan skripsi ini.
8. Semua pihak yang telah ikut berpartisipasi yang tidak mampu disebutkan satu persatu.

Dengan selesainya penyusunan skripsi ini, penulis berharap dapat memberikan manfaat yang baik, serta menjadi arahan dalam perjalanan pengetahuan.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu kritik dan saran pembaca yang bersifat

membangun sangat kami apresiasi. Semoga skripsi ini dapat diterima dan bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Wassalamu'alaikum Warrohmaullahi Wabarokatuh.

Surakarta, September 2016

Penulis,

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized 'M' followed by a series of loops and a horizontal line extending to the right.

MUHAMMAD IQBAL FATHONI

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Sistematika Penulisan Skripsi.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. deskripsi teori	7
1. <i>kepuasan konsumen</i>	7

2. <i>Kualitas Produk</i>	8
3. <i>Kualitas Pelayanan</i>	9
4. <i>Emosional</i>	11
5. <i>Harga</i>	12
6. <i>Fasilitas</i>	12
3. Hubungan antar Variabel.....	13
1. Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen.....	13
2. Kualitas Produk dan kepuasan konsumen.....	16
3. Harga dan Kepuasan Konsumen	18
4. Emosional dan Kepuasan Konsumen.....	19
B. Kerangka Pemikiran.....	19
C. Penelitian Terdahulu	22
D. Hipotesis	24
1. <i>Kualitas Produk</i>	24
2. <i>Kualitas Pelayanan</i>	24
3. <i>Emosional</i>	25
4. <i>Harga</i>	26
5. <i>Fasilitas</i>	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Jenis Penelitian	27
B. Definisi Operasional dan Pengukuran variabel	27
1. Kepuasan Konsumen	27
2. Sumber Data	28

C. Metode Pengumpulan Data.....	28
D. Variabel Penelitian.....	28
E. Instrumen Penelitian.....	28
F. Lokasi Penelitian	29
G. Desain Pengambilan Sampel.....	30
1. Desain Pengambilan Keputusan	30
2. Sampel Penelitian	30
H. Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen Penelitian	31
I. Metode Analisis Data	32
J. Uji Normalitas	33
K. Uji Asumsi Klasik	33
a. Uji Multikoloniaritas	33
b. Uji Heteroskedastisitas	33
L. Analisis Regresi Berganda.....	34
M. Uji Hipotesis	35
N. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	35
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	 37
A. Sejarah Singkat.....	38
B. Diskripsi Data.....	38
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	38
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	39

C. Analisis Data	39
1. Uji Instrumen Data.....	39
a. Uji Validitas	40
2. Uji Asumsi Klasik	47
a. Uji Normalitas.....	47
b. Uji Multikolinieritas.....	48
c. Uji heteroskedastisitas.....	49
3. Analisis Regresi Berganda	50
4. Uji Hipotesis.....	53
a. Uji T	53
b. Uji F	60
c. Uji R^2	61
D. Pembahasan.....	61
1. Pengaruh <i>Kualitas Pelayanan</i> terhadap <i>Kepuasan Pelanggan</i>	62
2. Pengaruh <i>Kualitas Produk</i> terhadap <i>Kepuasan Konsumen</i>	62
3. Pengaruh <i>Harga</i> terhadap <i>Kepuasan Konsumen</i>	63
4. Pengaruh Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen	64
5. Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen	65
BAB V PENUTUP.....	68
A. Simpulan	68
B. Saran.....	69
C. Keterbatasan Penelitian	70
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN	73

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	<i>Penelitian Terdahulu</i>	3
Tabel IV.1	Karakteristik Responden Berdasar Jenis Kelami.....	38
Tabel IV.2	Karakteristik Usia Responden	38
Tabel IV.3	Karakteristik Daerah Asal Responden.....	39
Tabel IV.4	Rangkuman Validitas Instruman Untuk Variabel Kualitas Produk.....	41
Tabel IV.5	Rangkuman Validitas Instrumen Untuk Kualitas Pelayanan....	41
Tabel IV.6	Rangkuman Validitas Instrumen Untuk Variabel Emosional.	42
Tabel IV.7	Rrangkuman Validitas Instrumen Untuk Variabel Harga.....	43
Tabel IV.8	Rrangkuman Validitas Instrumen Untuk Variabel Fasilitas	43
Tabel IV.9	Rrangkuman Validitas Instrumen Untuk Variabel Kepuasan Konsumen.....	44
Tabel IV.10	Hasil Reliabilitas.....	45
Tabel IV.11	Hubungan Antar Variabel.....	46
Tabel IV.12	Hasil Pengujian Normalitas	47
Tabel IV.13	Hasil pengujian Multikolinieritas	48
Tabel IV.14	Hasil Uji Heteroskedastitas.....	50
Tabel IV.15	Rekapitulasi Regresi Berganda.....	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Kerangka Pemikiran.....	21
Gambar 4.1	Nilai T Hitung Variabel Kualitas Produk Terhadap kepuasan Konsumen	53
Gambar 4.2	Nilai T Hitung Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	55
Gambar 4.3	Nilai T Hitung Variabel Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen.....	57
Gambar 4.4	Nilai T Hitung Variabel Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	58
Gambar 4.2	Nilai T Hitung Variabel Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen.....	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian.....	72
Lampiran 2 : Data Jawaban Kuesioner	73
Lampiran 3 : Hasil Pengelolaan Data Melalui SPSS	76
Uji Validitas.....	76
Uji Reliabilitas	87
Uji Normalitas.....	89
Uji Multikolonieritas.....	90
Uji Heteroskedastisitas	83
Analisis Regresi Linear Berganda	85
Uji Hubungan Antar Variabel.....	87